

6

## Identificación de la idea de negocio



# Índice

- Objetivos
- Introducción
- Elegir la idea
- Fuentes de creatividad
  - ✓ Buscar modelos reales
  - ✓ Precaución con los productos/servicios nuevos
  - ✓ Uno más en el mercado
  - ✓ El sector informal es especial
- Herramienta para generar ideas: Lluvia de ideas
- Nuestro Plan de Viabilidad, Ejercicio V1: Lluvia de ideas
- Análisis de alternativas

- Herramienta: matriz de evaluación de ideas de negocio
  - ✓ Matriz de evaluación de ideas de negocio
  - ✓ Rango de calificaciones por criterio
- Nuestro Plan de Viabilidad, Ejercicio V2: Matriz de evaluación de ideas de negocios
- Descripción de la idea
- Nuestro Plan de Viabilidad, Ejercicio V3: Describir una idea de negocio

# Objetivos

Al finalizar esta unidad didáctica usted será capaz de...

...generar en grupo distintas ideas de negocio,

...analizar y priorizar ideas de acuerdo con criterios previamente establecidos, sean estos económicos o sociales,

...describir una idea de negocio.

# Introducción

Para comenzar cualquier proyecto partimos siempre de una idea de lo que queremos hacer, y a partir de ahí le damos forma y planificamos nuestras actividades.

Cuando queremos iniciar una actividad económica individual o colectiva, nuestro primer paso, una vez identificado el grupo promotor, es encontrar de forma participativa y realista una buena idea de negocio.



## Elección de la idea y definición del negocio

Elegir la idea de negocio es decidir qué vamos a producir o qué servicio vamos a prestar.

Una buena idea de negocio

- satisface las necesidades de las y los clientes,
- ofrece un producto o servicio que están dispuestos a pagar,
- y responde a las demandas del mercado.



El análisis debe partir de los deseos de las y los consumidores o potenciales consumidores, no de lo que se hace o se sabe hacer en la cooperativa o comunidad.



## Fuentes de creatividad

Hay muchas formas de buscar pistas para identificar qué es lo que el mercado necesita.

Por ejemplo:

- Costumbres de consumo y de producción en la zona.
- Reglas establecidas por la tradición y la religión.
- Personas y empresas con las que nos relacionamos.
- Cambios en el entorno: éxitos/fracasos inesperados, nuevos acontecimientos, cambios en el mercado...
- Quejas de la gente sobre productos ya existentes.
- Sectores que están siendo impulsados desde la Administración u otros organismos, etc.

Algunas estrategias que pueden ayudarnos son<sup>1</sup>:

- Agregar valor a productos existentes
- Aprovechar las modas y novedades
- Apuntar a una pequeña parte de un gran mercado
- Encontrar personas con habilidades sub-utilizadas
- Encontrar usos para materiales de desecho
- Focalizar en un grupo único de clientes
- Imitar un producto o idea exitosa
- Mejorar el servicio de un producto
- Reemplazar importaciones
- Sustituir materiales de productos existentes
- Convertirse en proveedor

---

<sup>1</sup> Información de [www.redsercotec.cl](http://www.redsercotec.cl), Claves de Gestión / Cómo identificar ideas de negocio.





## Buscar modelos reales

Que existan empresas que realizan la misma actividad (o una actividad parecida) en el mismo entorno o un entorno similar nos indica en primer lugar que el negocio se puede hacer y, en segundo lugar, nos da la posibilidad de obtener información real.

Por el contrario, la propuesta de un negocio que no se realiza en dicho entorno está menos contrastada con esa realidad particular y debe ser tomada con mayor cautela.



## Buscar modelos reales: ÓLEO ANIMA (Mozambique)

En Marrupa se buscaban negocios de agroprocesamiento a fin de ofrecer una salida comercial al campesinado del distrito. Se pensaba en pastas, salsa de tomate, piensos para animales, aceite alimentario, harinas, frutas frescas, carne congelada... De todos esos productos sólo el aceite de girasol y las harinas se producían en un radio de 600 km.

Se encontraron 5 procesadores de girasol, de los cuales 3 mantenían una actividad continua. Esto demostraba que era posible hacerlo (existía demanda, tecnología...) y daba la oportunidad de estudiar esas fábricas para conocer mejor el proceso, las dificultades, la maquinaria, el sistema de ventas... Por tanto, el estudio previo pudo basarse en información verídica y de zonas semejantes.

De haber apostado por alguna otra de las ideas, aun siendo posibles, los datos habrían sido más “teóricos” y “menos basados en la realidad local”. Habría sido más difícil discernir entre la realidad y los deseos. Y finalmente habría sido una apuesta de mayor riesgo.



## Precaución con los productos/servicios nuevos

No presuponer que un producto/servicio inexistente se corresponda con una demanda insatisfecha: un producto/servicio puede no existir porque no hay necesidad de él, porque no es asequible para ese colectivo, porque no existen las condiciones físicas para su producción o porque hay productos sustitutos más adecuados, etc.



## Uno más en el mercado

Ser conscientes desde el inicio de que en el mercado no estamos solos: para ganarse a la clientela habrá que hacerlo mejor que la competencia.

Para que el público compre nuestro producto/servicio, tendrá que dejar de comprar otro bien: lo que ofrezcamos tendrá que ser mejor que alguna otra aplicación que las personas usuarias podrían dar a ese dinero.

Por tanto, no se puede decidir un Precio de Venta sin saber qué vamos a sustituir y por qué elegirán nuestra oferta y no otra.



## El sector informal es especial

Los productos/servicios que se ofrecen principalmente a través de canales informales suelen tener características de costo, servicio, calidad... que difícilmente puede conseguir una empresa formal.

Suele ser preferible, aunque sea dentro del mismo sector, dirigirse a segmentos (clientes, calidades, etc.) no dominados por el mercado informal.



## El sector informal es especial: CARPINTERÍA ECAIUM (Mozambique)

En Marrupa había un grupo de jóvenes carpinteros que querían crear una “carpintería moderna”, es decir, una carpintería que trabajase con máquinas y no manualmente.

En primer lugar, hubo que definir qué tipo de carpintería se quería, entre las diversas opciones:

- Una carpintería puede funcionar en el patio de una casa, con uno o dos familiares y algún ayudante contratado haciendo sillas, mesas, puertas y pequeño mobiliario para el vecindario.
- Puede trabajar en un pabellón con maquinaria y personal formado, fabricando cientos de pupitres, pizarras y otro tipo de material escolar para el Ministerio de Educación y otros grandes clientes.
- Puede trabajar con personal de gran experiencia en la fabricación de muebles de alta calidad para la exportación.



## El sector informal es especial: CARPINTERÍA ECAIUM (Mozambique)

De todos modos, el sector de mobiliario doméstico para la comunidad es un sector predominantemente informal. Este tipo de mobiliario se realiza por carpinteros sin licencia de negocio, en sus propias casas, sin máquinas, contratando a familiares o vecinos informalmente, con materiales de baja calidad. Además a la clientela lo que más le preocupa es que sea barato (no tanto el plazo de entrega o la calidad del acabado).

Si alguien pretendiese entrar en este sector como carpintería formal le resultaría muy difícil. Sus costes van a ser mucho más elevados y ese tipo de clientela no va a apreciar la calidad extra que puede ofrecer, ni va a pagar más porque el acabado sea mejor o se cumpla el plazo de entrega. Si vende al mismo precio que la competencia y tiene mayores costos, la actividad no será rentable.

Por tanto, habría sido un error considerar que, porque en Marrupa hay 6 carpinteros informales, existe mercado para una carpintería formal. Una carpintería formal habrá de trabajar en otro segmento, con otros métodos y, sobre todo, para otros clientes.



## Herramienta para generar ideas: Lluvia de ideas

### Reglas

- Asignar un tiempo límite para pensar la idea.
- Mantener una actitud abierta, no descartar aún ninguna idea.
- Recoger el máximo número de ideas posible.
- Puesta en común en papelógrafo.
- Breve debate para relizar aclaraciones, mejorar el enunciado de la idea y evitar repeticiones.





## Lluvia de ideas (Perú)

- Artesanía amazónica para exportación.
- Turismo comunitario natural.
- Comercialización de café tostado y molido a nivel nacional.
- Transformación y comercialización de madera certificada en la selva.
- Exportación de pasta de cacao orgánico, producido en la selva norte del Perú.
- Plantas medicinales orgánicas de la selva.
- Gastronomía amazónica.
- Turismo cafetalero en la selva central.
- Transformación y comercialización de aceite de sachá inchi (cosmético y consumo).
- Producción y comercialización de banano orgánico.

Fuente: Curso sobre Desarrollo Económico Local en Lima, 9-13 de Julio de 2007.



## Nuestro Plan de Viabilidad

### Ejercicio V1: Lluvia de ideas

#### Primera fase

- Formar grupos de cuatro personas. Es recomendable que en cada grupo haya personas que realicen trabajos afines.
- Cada grupo propone hasta 10 ideas de negocio, una por tarjeta, que se colocarán sobre un papelógrafo.
- Indicar el ámbito regional donde se desarrollará la idea.

#### Segunda fase

- Analizar brevemente aspectos positivos y negativos de cada idea, de forma que nos queden solamente 5 ideas para cada grupo. Se trata de seleccionar aquellas que muestren mayores indicios de poder ofrecer importantes beneficios sociales con un esfuerzo razonable y asumiendo un riesgo también razonable.



## Análisis de alternativas

Si aparecen varias ideas que, en un principio, parecen factibles, es necesario escoger una. Para ello vamos a acordar qué criterios van a prevalecer a la hora de seleccionar una idea de negocio.

Entre esos criterios pueden encontrarse los siguientes:

- Existe demanda del producto/servicio.
- El grupo promotor cuenta con capacidades o conocimientos propios para llevar a cabo la idea.
- La actividad facilita la equidad y la participación de grupos con dificultades de acceso al mercado.
- Se dispone de recursos financieros propios.
- Valoración de la competencia en la zona.
- Sostenibilidad medioambiental.



## Herramienta: Matriz de evaluación de ideas de negocios

La matriz de evaluación de ideas de negocio incluye:

- En la primera columna, el listado de ideas que queremos analizar.
- En la primera fila, los criterios que hemos acordado como prioritarios para valorar cada idea.
- Un peso relativo asignado a cada criterio. Los criterios que consideramos más relevantes tendrán mayor peso.
- Un rango de puntos para calificar cada idea según cada criterio.

Para evaluar el negocio, se multiplica el peso relativo de cada criterio por la calificación otorgada por el grupo.

Se seleccionará la idea con mayor puntaje acumulado.

## Matriz de evaluación de ideas de negocios

Idea de negocio	1. Existe suficiente demanda Peso 40	2. Capacidades / conocimientos propios Peso 30	3. Recursos financieros propios Peso 20	4. Competencia, iniciativas similares en la zona Peso -10	TOTAL
IDEA 1	$40 \times 3 = 120$	$30 \times 3 = 90$	$20 \times 2 = 40$	$-10 \times 2 = -20$	230
IDEA 2					
IDEA 3					
IDEA 4					
IDEA 5					

## Rango de calificaciones por criterio

<b>1. Existe suficiente demanda</b>	
Muy Alta	4
Alta	3
Baja	2
Muy Baja	1

<b>3. Recursos Financieros Propios</b>	
Muy Alta	4
Alta	3
Baja	2
Muy Baja	1

<b>2. Capacidades / conocimientos propios</b>	
Muy Alta	4
Alta	3
Baja	2
Muy Baja	1

<b>4. Competencia, iniciativas similares en la zona</b>	
Ninguna	0
Pocas	1
Regular	2
Muchas	3



## Matriz de evaluación de ideas de negocios

Idea de negocio	1. Existe suficiente demanda Peso 40	2. Capacidades / conocimientos propios Peso 30	3. Recursos financieros propios Peso 20	4. Competencia, iniciativas similares en la zona Peso -10	TOTAL
Artesanía amazónica	160	60	40	-10	250
Turismo comunitario natural	160	30	20	0	210
Comercialización de café tostado y molido	80	120	60	-30	230
Transferencia y comercialización madera certificada	80	30	20	0	130
Exportación pasta de cacao orgánico	80	90	40	0	210

Fuente: Curso sobre Desarrollo Económico Local en Lima, 9-13 de Julio de 2007.

El análisis puede ser cualitativo, como en el ejemplo siguiente:



## Análisis previo de una panadería (Campamentos de población refugiada saharauí en Tindouf)

	Medios de producción	Mano de obra	Producción	Comercialización	Dificultades	Perspectivas
<b>Panadería</b>	Propiedad de la administración regional, que los cede en régimen de alquiler y se encarga de su reparación y mantenimiento. Adquiridos a través de proyectos de cooperación internacional.	Autóctona y joven, con gran disposición a trabajar. Reciben 15.000 DZD al mes. Disponen de bolsa de trabajo para las personas interesadas.	Más de 9.000 panes.	Se vende toda la producción, incluso por anticipado. Aún no se llega a satisfacer las demandas de los habitantes de la wilaya (región), lo que ofrece oportunidades de comercialización. También podría venderse fuera de la wilaya.	Carencia de materia prima y deficiencia a nivel de alumbrado.	Satisfactorias, porque combina alta demanda y rentabilidad.





## **Nuestro Plan de Viabilidad**

### **Ejercicio V2:**

### **Matriz de evaluación de ideas de negocios**

Utilizar la matriz de evaluación de ideas de negocios para analizar las cinco ideas seleccionadas en el Ejercicio V1.

La idea de negocio que obtenga mayor puntuación será la elegida para elaborar Nuestro Plan de Viabilidad.



## Descripción de la idea

Después de elegir la actividad más prometedora, se debe hacer un resumen de la misma (a grandes rasgos):

- Cómo nació la idea
- Necesidad de la clientela que se quiere satisfacer, innovación que aporta
- Características del producto/servicio
- Mercado al que está dirigido
- Incorporación de tecnología



## Descripción de la idea (Perú)

### Idea de Negocio:

Exportación de pasta de cacao orgánico producido en la selva norte del Perú.

### Ámbito:

Agricultores cacaoteros del Perú Alto Marañón, Bagua, Jaén y San Martín.

### Descripción del negocio:

El negocio lo lidera un grupo de agricultores organizados (asociados) promoviendo alianzas estratégicas corporativas. Con estos agricultores se implementará un sistema de acopio (capital, compra-venta, transporte, almacenamiento) y una planta de transformación para la obtención de pasta de cacao orgánico. El sistema de comercialización será a través de la articulación al mercado nacional e internacional.

### Descripción del producto(s):

Pasta de cacao (orgánico) en varias presentaciones, con pesos de 5 a 10 Kg. y que cumple con las exigencias fitosanitarias de control de calidad.

Fuente: Curso sobre Desarrollo Económico Local en Lima, 9-13 de Julio de 2007.



## Nuestro Plan de Viabilidad

### Ejercicio V3: Describir una idea de negocio

Describir la idea de negocio seleccionada en el Ejercicio V2 de acuerdo con el siguiente esquema:

- Enunciado de la idea.
- Ámbito, sector.
- Descripción del negocio o actividad a realizar (antecedentes, necesidades que se quieren satisfacer...).
- Descripción del producto o servicio.